

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam kemajuan bisnis seperti sekarang yang kian cepat, tingkat rivalitas antara pelaku bisnis menjadi cepat. Ini menjadikan peran pemasaran untuk sebuah perusahaan semakin penting. Baik perusahaan yang bergerak dalam produk barang ataupun jasa keduanya sama pentingnya. Bagi pemasar bagian konsumen merupakan sesuatu yang tidak dapat dilepaskan untuk melakukan pengkajian secara terus menerus, sebab konsumen adalah indikator dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu barang atau jasa. Oleh karena itu tujuan dari pemasaran adalah guna memuaskan kebutuhan manusia yang selalu bergerak secara dinamis yang pada akhirnya pemasar wajib peka dengan setiap perubahan keinginan selera konsumen dengan tepat.

Agar dapat memenangkan persaingan bisnis, sebagai tujuan utama suatu perusahaan menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan. Dikarenakan bertambahnya kompetitor yang juga menyediakan produk berupa barang ataupun jasa membuat para pembeli akan mempunyai banyak alternatif, oleh sebab itu perusahaan harus bertekad untuk memenuhi kepuasan pelanggan mereka.

Salah satu peluang usaha yang menjanjikan adalah menjual buku, karena buku merupakan produk yang akan dicari oleh siapa saja untuk sekedar hobi atau menjadi kewajiban seperti pelajar dan mahasiswa yang ingin membaca bacaan ringan maupun berat. Seperti angin segar bagi para pelaku bisnis buku, kini pemerintah gencar untuk meningkatkan minat baca masyarakat, seperti yang diberitakan oleh sindonews.com (Maulana Akmal;2019;DPR minta pemerintah tingkatkan minat baca masyarakat;<https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/14/05/18/n5ru0k-gerakan-kampanye-minat-baca-digalakkan>; diakses tanggal 4 april 2019) dengan

gencarnya kampanye meningkatkan membaca, seperti yang diberitakan maka akan menjadi peluang yang baik bagi pembisnis buku

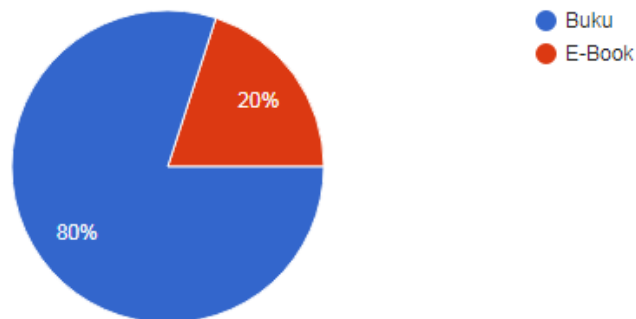
Di Indonesia industri buku terus mengalami pertumbuhan dengan populasi masyarakatnya yang lebih dari 240 juta diiringi dengan meningkatnya tingkat ekonomi dan bertambahnya masyarakat kelas menengah di Indonesia. Buku adalah penting bagi seseorang untuk *information*, *education*, dan *entertain* yang menginterpretasikan majunya kecerdasan sebuah negara.

Bagi individu yang menginginkan untuk maju dan berkembang akan pengetahuannya, salah satu jawabannya adalah dengan buku. ini karena buku adalah salah satu sarana sumber informasi yang berguna dalam pengetahuan masyarakat. Berbagai macam buku bisa menyuguhkan pengetahuan yang memadai untuk individu, seperti buku motivasi, novel, komik, biografi, buku agama dan berbagai macam buku lainnya yang tentunya disesuaikan dengan tingkatan usia juga dengan pengetahuan yang diinginkan juga dibutuhkan seseorang.

Kini teknologi telah berkembang dan membaca sudah dapat dilakukan dengan media digital, akan tetapi tetap saja dengan membaca melalui media buku memiliki kelebihan tersendiri dan akan selalu menjadi pilihan. Seperti hasil survey pra penelitian yang saya lakukan kepada 30 orang responden di bawah ini :

Anda lebih suka membaca Buku atau E-Book?

30 responses



(Sumber : Hasil survey pra penelitian)

Gambar 1. 1. Perbandingan Buku dan E-Book

Data tersebut menunjukkan bahwa dari 30 orang responden yang di survey, sebanyak 80% diantaranya lebih menyukai membaca buku di bandingkan dengan E-book (Buku elektronik/digital). Umumnya menurut para responden membaca buku secara langsung lebih nyaman dan tetap menjadi pilihan. Mengutip pendapat yang dikemukakan oleh salah satu responden yang bernama Ayu setelah ditanya bagaimana pendapatnya mengenai E-Book dia mengungkapkan “bagaimanapun E-book tidak bisa mengganti membaca dengan buku karena lebih mudah terdistraksi, sensor peraba memperkuat keinginan untuk membaca dan fokus yg diinginkan ketika membaca”.

Jika ingin membeli buku tetntunya sekarang bisa di dapatkan dimana saja dan tentunya bisa juga di toko buku yang ssaat ini sudah banyak tersebar di mana saja. Toko buku Togamas adalah salah satu toko buku yang sering dikunjungi. Bila dibandingkan dengan tempat lainnya Toko mempunyai ciri khas tersendiri, yaitu desain dan konsep *store*nya cukup membedakan bila dibandingkan dengan toko

Wildan Arief, 2019

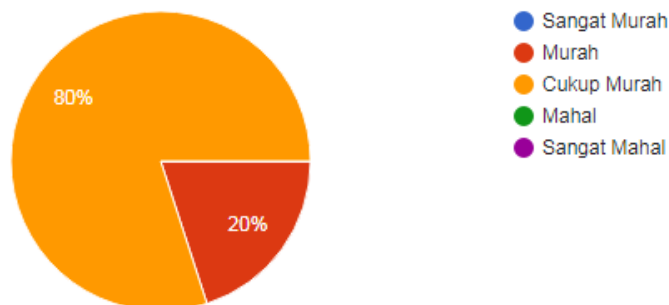
PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO BUKU TOGAMAS (STUDI PADA MAHASISWA FPEB UPI)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perustakaan.upi.edu

lainnya. Togamas mempunyai tempat yang dapat digunakan untuk menyimpan tas yang berada sebelum pintu masuk guna menghadirkan kenyamanan juga keamanan bagi konsumen, kemudian Togamas mempunyai kolam kecil juga taman di sisi toko Togamas guna membuat toko lebih indah dan adanya tempat duduk yang terdapat di dekat taman sebagai tempat konsumen bersantai ketika sedang mencari buku pilihannya dan menyediakan proses menyampul buku yang dibeli dengan gratis untuk minimal pembelian dengan harga tertentu. Toko buku ini juga memiliki lahan yang cukup luas baik di dalam toko maupun di luar toko sebagai lahan parkir pengunjung. Togamas didirikan dengan prinsip Discount Store (Diskon Seumur Hidup) yang berarti harga buku yang dijual di Togamas setelah diskon lebih murah daripada toko buku modern pada umumnya. Toko ini memiliki visi “ Terus berkembang hingga menjadi jaringan toko buku harga murah dan menjadi pasangan alamiah dunia pendidikan (Natura Partner for Educational Development)”. survey yang peneliti lakukan kepada 30 orang responden yang sudah pernah mengunjungi Togamas menunjukkan bagaimana pandangannya mengenai harga Toko Buku Togamas, diperoleh hasil sebagai berikut :

Bagaimana menurut anda harga buku di Togamas?

30 responses



(Sumber : Hasil survey pra penelitian)

Gambar 1. 2. Pandangan Responden tentang Harga Buku di Togamas

Wildan Arief, 2019

PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO BUKU TOGAMAS (STUDI PADA MAHASISWA FPEB UPI)

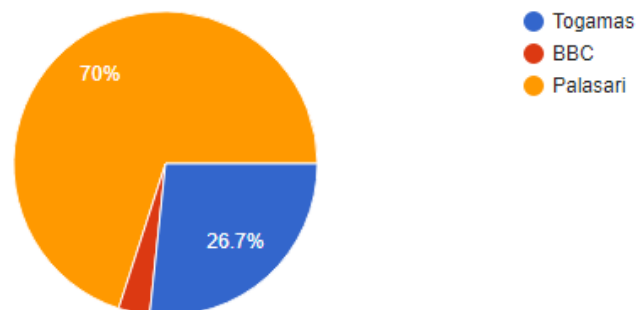
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perustakaan.upi.edu

Dari hasil survey di atas menunjukkan bahwa dari 30 orang yang ditanya tentang harga buku di togamas, sebanyak 80% menjawab cukup murah dan sebanyak 20% menjawab murah, ini berarti menunjukkan bahwa harga buku di Togamas menurut para responden adalah masih dalam ruang lingkup murah.

peneliti melakukan survey kepada 30 Responden secara acak untuk membandingkan beberapa toko buku yang memiliki kesamaan konsep dengan Togamas yaitu toko buku murah . Manakah diantara toko buku tersebut yang sering dikunjungi

Dari beberapa toko buku dibawah ini, yang mana yang menjadi tempat pilihan anda untuk membeli buku?

30 responses



(Sumber : Hasil survey pra penelitian)

Gambar 1. 3. Perbandingan Toko Buku murah

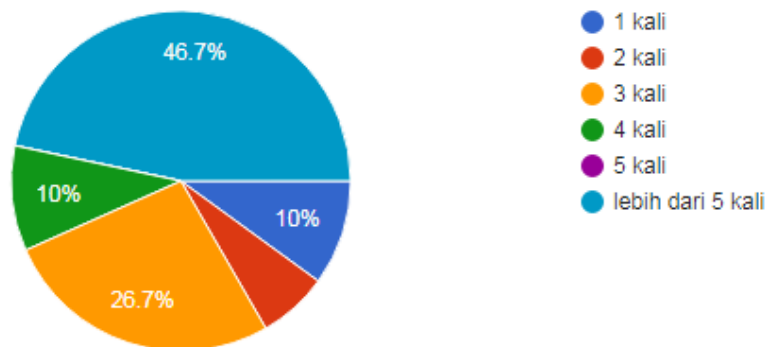
Data yang diperoleh dari survey tersebut adalah sebesar 70% memilih palasari, kemudian togamas berada di urutan kedua sebesar 26,7%, dan sisanya adalah BBC dengan presentase sebesar 3,3%. Dari hasil survey tersebut diketahui

bahwa Togamas yang membranding dirinya “Toko Buku diskon” dalam survey tersebut masih kalah oleh palasari.

ditanyakan juga kepada 30 orang responden yang sudah pernah mengunjungi Togamas mengenai kunjungannya, diperoleh data kunjungan responden ke Toko Buku Togamas sebagai berikut :

sudah berapa kali anda membeli buku di Togamas?

30 responses



(Sumber : Hasil survey pra penelitian)

Gambar 1. 4. Presentase pembelian buku di Togamas

Dari hasil survey diperoleh sebanyak 46.7% membeli buku di Togamas sebanyak lebih dari 5 kali, sementara itu sisanya sebesar 53.3% membeli buku di Togamas sebanyak 1 sampai dengan 4 kali. Untuk memudahkan analisis, peneliti membagi responden kepada dua kategori yaitu kategori A yang sudah membeli buku di Togamas lebih dari 5 kali sebanyak 46.7%. kemudian kategori B yaitu responden yang sudah membeli buku di Togamas 1 sampai dengan 4 kali Sebanyak 53.3%. Responden dengan kategori A sebanyak 46.7% dapat dikatakan menjadikan Togamas sebagai pilihan utama dalam membeli buku, sedangkan kategori B sebanyak 53.3% dapat dikatakan memiliki pilihan tempat lain untuk membeli buku.

Wildan Arief, 2019

PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO BUKU TOGAMAS (STUDI PADA MAHASISWA FPEB UPI)

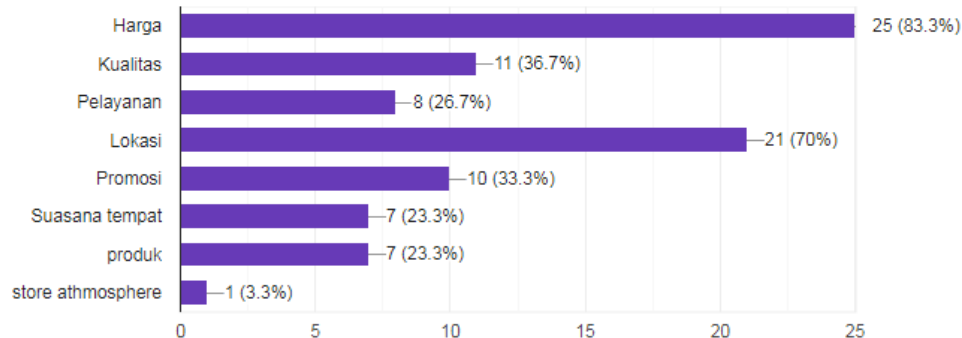
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perustakaan.upi.edu

Responden dengan kategori B yang memiliki pilihan tempat lain untuk membeli buku bisa dikatakan sebagai kelemahan bagi Togamas, karena mereka belum menjadikan Togamas sebagai pilihan utama tempat membeli buku, sehingga dapat berpotensi membeli di toko lain. Hal tersebut wajib menjadi perhatian bagi Togamas untuk membuat strategi yang sangat tepat untuk memaksimalkan peluang yang ada.

Survey yang dilakukan juga menanyakan kepada 30 responden yang sudah pernah mengunjungi Togamas, mengenai faktor apa yang menyebabkan membeli buku di Togamas, dan diperoleh hasil sebagai berikut :

Faktor apa saja yang membuat anda membeli buku di Togamas? *boleh lebih dari satu

30 responses



(Sumber : Hasil survey pra penelitian)

Gambar 1. 5 Faktor membeli di Togamas

berdasarkan survey tersebut menunjukkan bahwa yang menjadi faktor dipilih paling banyak oleh responden adalah harga sebanyak 25%, kemudian yang kedua adalah faktor Lokasi sebanyak 21%. Dari sini peneliti tertarik untuk meneliti kedua

variabel tersebut karena merupakan faktor yang paling banyak dipilih oleh responden dalam survey yang dilakukan

Dikarenakan banyaknya pesaing, Toko Buku Togamas harus memiliki strategi yang tepat untuk bisa memenangkan persaingan, misalnya : harga yang ditawarkan oleh Togamas lebih murah serta lokasi Togamas yang berada pada lokasi yang strategis. Akan tetapi sesungguhnya , Toko buku Togamas saat ini masih dikatakan belum optimal di penerapan strategi harga, saat ini untuk harga buku-buku di Togamas masih lebih mahal dibandingkan palasari. Toko Buku palasari adalah pesaing usaha yang cukup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Buku Togamas. dikarenakan jika dilihat berdasarkan sisi lokasi, kedua toko buku ini cukup dekat satu sama lain, dan keduanya memiliki lokasi yang bisa dibilang strategis.

Dibawah ini terdapat beberapa data jenis buku dan perbandingan harga Toko Buku Togamas dan Toko Buku Palasari :

Tabel 1. 1. Perbandingan Harga Buku

NO	Nama Buku	Harga Togamas (Rp)	Harga Palasari (Rp)
1	Ayat-ayat Cinta 2	80.750	76.000
2	The Maze Runner	67.150	59.200
3	Milea	67.150	63.200
4	Rindu	67.150	63.200
5	Pergi	67.150	63.200
6	Drunken Monster	55.250	40.500

(Sumber : Survey Harga Toko)

Dari data tersebut diatas dapat diperhatikan bahwa harga buku yang ada di Toko Buku Palasari lebih murah ketika dibandingkan dengan Toko Buku Togamas,

Wildan Arief, 2019

PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO BUKU TOGAMAS (STUDI PADA MAHASISWA FPEB UPI)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perustakaan.upi.edu

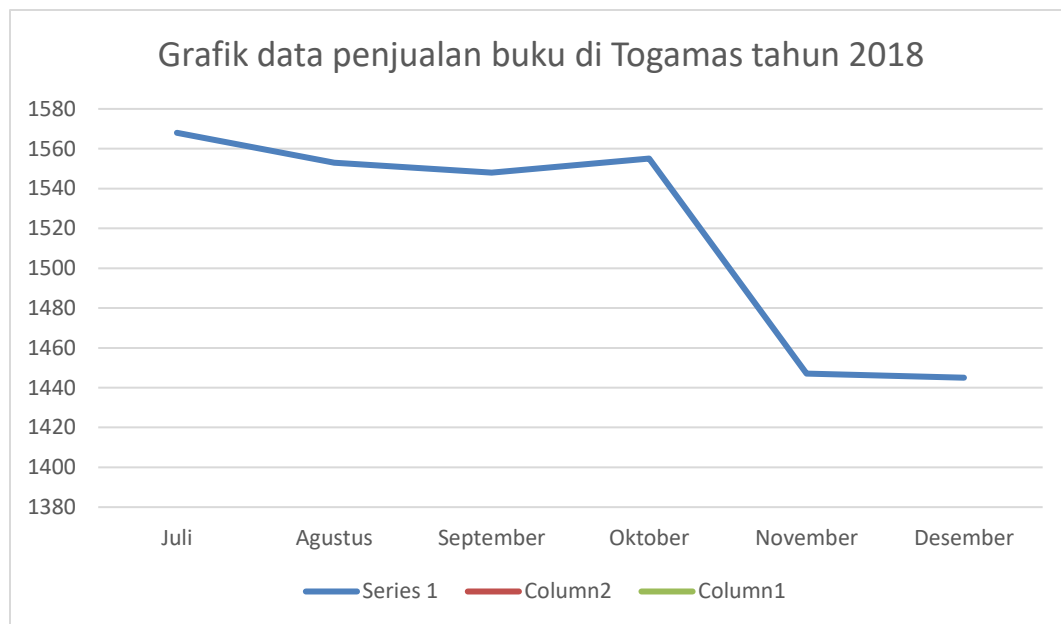
oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa Toko Buku Palasari merupakan pesaing yang sangat berpengaruh bagi Toko Buku Togamas.

Adapun dibawah ini adalah data dari penjualan Togamas yang menunjukkan perubahan penjualan yang fluktuatif pada beberapa bulan belakangan ini dan terdapat penurunan di penjualan buku, seperti yang ada pada tabel berikut :

Tabel 1. 2. Total Penjualan Toko Buku Togamas Buah Batu

Tahun 2018	Total Akumulasi Penjualan (Pcs)
Juli	1.568
Agustus	1.553
September	1.548
Oktober	1.555
November	1.447
Desember	1.445

(Sumber : Manajemen Toko Buku Togamas)



(Sumber : Manajemen Toko Buku Togamas)

Dari data tersebut, adalah menjadi penting untuk para pemasar diharuskan untuk melaksanakan beragam strategi yang dapat merujuk pada elemen bauran pemasaran. Didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Sigurdsson, et al. (2010) dalam penelitian tersebut menyimpulkan pengaruh menurunnya harga merek yang dipilih oleh konsumen pada beberapa toko ritel bisa berpengaruh pada keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. menurut Septhani (2011) menyimpulkan bahwa harga merupakan elemen penting yang akan dievaluasi oleh konsumen sehingga pihak perusahaan harus dengan yakin menyadari peranan itu dalam memilih sikap konsumen.

Selain daripada itu, bauran pemasaran pun mencakup elemen lokasi. Ini merupakan elemen penting pada pengembangan suatu bisnis. Salah satunya yaitu letak lokasi pada daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang tepat adalah relatif bagi setiap jenis usaha yang berbeda.

Didukung dengan penelitian oleh Jeni Rharjani (2005) mmengungkapkan bahwa konsumen ketika menentukan pasar swalayan cenderung akan memikirkan variabel lokasi untuk faktor utama. Berdasarkan statistik, perubahan pada lokasi akan memberikan kontribusi perubahan pada keputusan pembelian sebesar 63%. Sehingga bisa disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan diantara variabel lokasi toko terhadap keputusan pemilihan pasar swalayan.

Perilaku konsumen merupakan perilaku yang dilakukan oleh konsumen ketika mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan mengonsumsi produk, jasa atau ide yang nantinya bisa memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam hal ini keinginan dan kebutuhan konsumen merupakan mutlak untuk dipenuhi oleh setiap perusahaan (Utami,2010:45). Oleh sebab itu pelaku usaha wajib untuk mengetahui produk yang bagaimana merupakan produk di dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

Lokasi dan harga adalah elemen yang berada dalam strategi bauran pemasaran yang memiliki peranan penting, dimana mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini juga *disuport* dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Pradana Jaka Purnama dan Bonaventura Efrian Antyadika yang mengambil variabel harga, dan lokasi dalam penelitian yang dilakukannya. Dalam penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kedua variabel tersebut yaitu lokasi dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pada penelitian tersebut, oleh karena itu dalam penelitian ini akan menggunakan kedua variabel strategi pemasaran tersebut yaitu harga dan lokasi sebagai variabel bebasnya (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel terikatnya (Y).

Mahasiswa adalah populasi paling ideal untuk membeli buku, karena dalam menuntut ilmu di universitasnya harus ditunjang dengan buku-buku yang berkaitan dengan yang di pelajarinya agar lebih memahami materi yang diajarkan, selain itu juga sudah menjadi budaya mahasiswa untuk membaca. Dengan banyaknya pilihan

Wildan Arief, 2019

PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOKO BUKU TOGAMAS (STUDI PADA MAHASISWA FPEB UPI)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perustakaan.upi.edu

tempat untuk membeli buku mahasiswa akan memilih tempat yang menurutnya tepat. Banyak faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk membeli buku diantaranya adalah harga dan lokasi

Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) adalah salah satu universitas yang berada di Kota Bandung, selain itu UPI juga memiliki berbagai kampus daerah yang berada di daerah-daerah yang tersebar di pulau Jawa. Salah satu fakultas yang ada di UPI adalah FPEB (Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis) yang memiliki jumlah mahasiswa aktif 3205 orang. Dengan jumlah mahasiswa yang cukup banyak tersebut tentunya menjadi potensi bagi FPEB UPI untuk melakukan pembelian buku.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibahas diatas maka dari itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Buku Togamas (studi pada mahasiswa FPEB UPI)**”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasar latar belakang masalah yang telah dikemukakan tersebut, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Toko buku Togamas ?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen Toko buku Togamas ?
3. Seberapa besar pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen Toko buku Togamas ?
4. Bagaimana gambaran tingkat harga buku Toko Buku Togamas?
5. Bagaimana gambaran tingkat lokasi Toko Buku Togamas?

6. Bagaimana gambaran tingkat keputusan pembelian buku di Toko Buku Togamas?

1.3. Batasan Masalah

Untuk tidak meluasnya masalah yang timbul maka diperlukan pembatasan masalah untuk menghindari berbagai kesalahan persepsi yang berkaitan dengan penelitian ini. Maka dari itu, dalam penelitian ini akan dibatasi pada harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Buku Togamas studi terhadap mahasiswa FPEB UPI

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada dasarnya guna mengetahui berkenaan dengan jawaban yang dikehendaki dalam rumusan masalah. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Toko Buku Togamas
2. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Toko Buku Togamas
3. Untuk mengetahui tingkat pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian Toko Buku Togamas.
4. Untuk mengetahui gambaran tingkat harga buku Toko Buku Togamas
5. Untuk mengetahui gambaran tingkat lokasi Toko Buku Togamas
6. Untuk mengetahui gambaran tingkat keputusan pembelian buku di Toko Buku Togamas

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberi manfaat untuk para pembacanya diantaranya, beberapa manfaat tersebut diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran
- b. penelitian ini diharapkan dapat menjadi refrensi untuk penelitian – penelitian selanjunya mengenai masalah pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian.

2. Manfaat Praktisi

Sebagai panduan atau rekomendasi bagi praktisi yang menjalankan usaha/ bisnisnya, terutama yang berhubungan dengan objek penelitian.